

## **Presentazione MASTER di I livello in “*Cultura, Organizzazione e Marketing dell’Enogastronomia Territoriale*”**

Il comparto alimentare è in Europa e in Italia uno tra i primi - se non il primo - per ciò che riguarda fatturato e numero di addetti. Insieme a poche altre realtà, quali la moda, il lusso e la meccanica di precisione, l'alimentare made in Italy rappresenta una punta di diamante nelle produzioni di cui l'Italia è giustamente riconosciuta leader a livello mondiale.

Nel comparto alimentare italiano grande rilevanza ha il tema delle produzioni territoriali e tipiche - e in particolare la loro caratterizzazione, valorizzazione e promozione.

L'Università degli Studi di Parma, attraverso i suoi corsi di studio in Scienze e Tecnologie Alimentari e Scienze Gastronomiche, si colloca all'avanguardia nella formazione delle competenze destinate alle attività tecniche, gestionali e di ricerca in questo settore.

In particolare, dopo sette anni di esperienza nella formazione di laureati in Scienze Gastronomiche, la Facoltà di Agraria di Parma può dirsi soddisfatta dei risultati ottenuti, sia in funzione del gradimento dei contenuti da parte dei laureati, sia per il dato oggettivo dell'occupazione dei laureati stessi entro un anno dalla laurea, che rasenta il 100%.

L'esperienza fin qui conseguita ci permette di intravedere la validità di accostare alla formazione del laureato triennale una ulteriore formazione finalizzata e approfondita in un campo più ristretto. È quindi nostra intenzione sfruttare tale opportunità di formazione post-laurea per la creazione di una figura di operatore adatto a intervenire con competenza e aggiornamento scientifico/ tecnologico/ culturale nello specifico ambito della valorizzazione delle produzioni enogastronomiche italiane.

La Facoltà di Agraria di Parma, insieme al Dipartimento di Biologia Evolutiva e Funzionale, ha pertanto istituito un Master di I° Livello in

**“Cultura, Organizzazione e Marketing dell’Enogastronomia Territoriale”**, per rispondere alla necessità di fornire un’alta formazione che non può essere conseguita in altre sedi.

Come si può evincere in dettaglio dall’acclusa documentazione, il Master sarà centrato sull’acquisizione di conoscenze sui prodotti tipici dell’enogastronomia italiana, sulla loro valorizzazione, e su tutte le attività relative al marketing di tali prodotti, dei quali il nostro Paese è ricco più di ogni altro.

Al Master possono partecipare studenti in possesso di qualsiasi laurea triennale o specialistica, con una logica preferenza per quelli formati negli ambiti affini, quali i laureati in Scienze Gastronomiche. Ciononostante esso rappresenterà una aggiunta professionalizzante anche per laureati in discipline molto diverse, da quelle umanistiche a quelle scientifiche, passando dalle discipline economiche e gestionali.

Il Master è organizzato in due parti: un periodo di formazione frontale con lezioni e attività di aula e una parte di tirocinio pratico, da svolgersi presso aziende o enti pubblici e privati del settore. I crediti frontali affronteranno insegnamenti (vedi piano didattico) mirati a formare una figura di operatore nel campo della valorizzazione dei prodotti tipici. I diplomati del Master saranno figure professionali competenti da utilizzare in Consorzi ed Enti Locali per organizzare eventi e percorsi tesi a valorizzare i prodotti di eccellenza di un dato territorio, in aziende agroalimentari per arricchire le linee di proposte alimentari con prodotti che rispondano alle caratteristiche di tipicità, e in genere in tutte le attività che richiedano una valutazione della qualità intrinseca, storica, culturale di un dato prodotto, al fine di incrementarne il valore aggiunto e il marketing.

Il corpo docente del Master si avvarrà di docenti interni alla Facoltà e di professionisti e specialisti esterni. Le figure docenti individuate hanno alle spalle diversi anni di esperienza sia nel campo dell’agroalimentare che della relativa didattica, e sono una garanzia di riuscita del master stesso.

## Piano Progettuale

**MASTER di I° livello in**

**CULTURA, ORGANIZZAZIONE E MARKETING**

**DELL'ENOGASTRONOMIA TERRITORIALE**

**Sede di svolgimento** Università di Parma

Data avvio	gennaio 2012
Data fine	dicembre 2012 (Termine didattica frontale luglio 2012)
Ore totali corso	1500 (di cui 475 ore stage)
Certificazione	Master I° Livello
Quota iscrizione	€ 2500

### **Profilo professionale**

***Specialista in valorizzazione, promozione e gestione del patrimonio enogastronomico territoriale.***

La figura professionale che si intende formare sarà in grado di:

- Identificare e valorizzare il patrimonio enogastronomico materiale e immateriale del territorio (Provincia, Regione, Stato);
- Organizzare eventi a finalità economica turistica e culturale (fiere, esposizioni, banchetti, spettacoli, convegni), legati alle risorse alimentari e gastronomiche del territorio, con particolare attenzione all'impatto sociale e ambientale del cibo;
- Progettare e gestire azioni di marketing e comunicazione di enogastronomia territoriale rivolte ai diversi settori di produzione, trasformazione e consumo del cibo (HORECA, operatori turistici, GDO, scuole, ospedali, ecc.)
- Intervenire nei processi di produzione e di servizio, sia in ambito enologico che gastronomico, con specifico riferimento alla valorizzazione e promozione dei prodotti tipici locali, e con particolare attenzione alle nuove esigenze e ai nuovi modelli di comportamento in materia di alimentazione.

### **Contenuti principali e qualificanti**

Metodologie per l'individuazione, lo studio e la valorizzazione del patrimonio enogastronomico, materiale e immateriale del territorio.

Conoscenza dei principali prodotti tipici e enogastronomici della tradizione regionale e nazionale; caratteristiche dei prodotti di origine vegetale e animale; aspetti storici, culturali, artistici. Competenze per l'organizzazione e gestione dei processi di produzione e di servizio, sia in ambito enologico che gastronomico.

Elementi di economia e politica economica: tipologie di aziende enogastronomiche, organizzazione aziendale, tendenze e comportamenti di consumo alimentare. Legislazione europea relativa ai prodotti tipici.

Competenze per la progettazione e gestione di azioni di marketing e comunicazione, Event Marketing.

**Limite di età** Nessuno

**Titolo di studio richiesto** Possesso di Laurea triennale o magistrale. Pur se il corso è inteso come perfezionamento della formazione conseguita nel Corso di Laurea in Scienze Gastronomiche, le lezioni e le attività saranno organizzate in modo da rendere la formazione accessibile a laureati in discipline sia scientifiche che umanistiche.

**Modalità di accesso** Per titoli

### **Sbocchi professionali**

Le competenze acquisite nel Master in Cultura, Organizzazione e Marketing dell'Enogastronomia Territoriale trovano naturale applicazione nei seguenti ambiti professionali:

- Valorizzazione, tutela e promozione del Patrimonio Enogastronomico locale da parte di Enti pubblici o privati
- Organizzazione e gestione dei processi di produzione di prodotti tipici, e di servizio per aziende di ristorazione collettiva e per comunità, catering, e distribuzione
- Progettazione e gestione di azioni di marketing e comunicazione per aziende del settore enogastronomico e delle produzioni di eccellenza, e per le pubbliche amministrazioni; Consorzi di produttori, Consorzi di tutela; Editoria enogastronomica

specializzata; Ristoratori e aziende agrituristiche; Produttori di alimenti, ma anche di complementi legati all'enogastronomia (stoviglie, cristalli, teleria, pentole...)